

# Comunicació Interna 2.0

## Tendències i bones pràctiques

Albert Piqué

Cap de Comunicació Interna

President de ComInterna

[apique@tmb.cat](mailto:apique@tmb.cat) / @apiqueros



Transports Metropolitans  
de Barcelona

## Index

### 1.El reconeixement

- ✓ L'evolució de la publicitat corporativa.
- ✓ El relat corporatiu: com alinear-se amb la cultura de l'empresa.

### 2.L'era 2.0 i les xarxes socials:

- ✓ Xarxes socials internes i entorns col·laboratius.
- ✓ Yammer
- ✓ Negociació col·lectiva 2.0

### 3.L'orgull de pertinença:

- ✓ Del treballador al prescriptor.
- ✓ Bones pràctiques.

### 4.La marca digital dels treballadors:

- ✓ De la «broma» a la crisi, en un click!
- ✓ Recomanacions d'ús de les xarxes socials

## El Reconeixement: L'evolució de la publicitat corporativa

2011

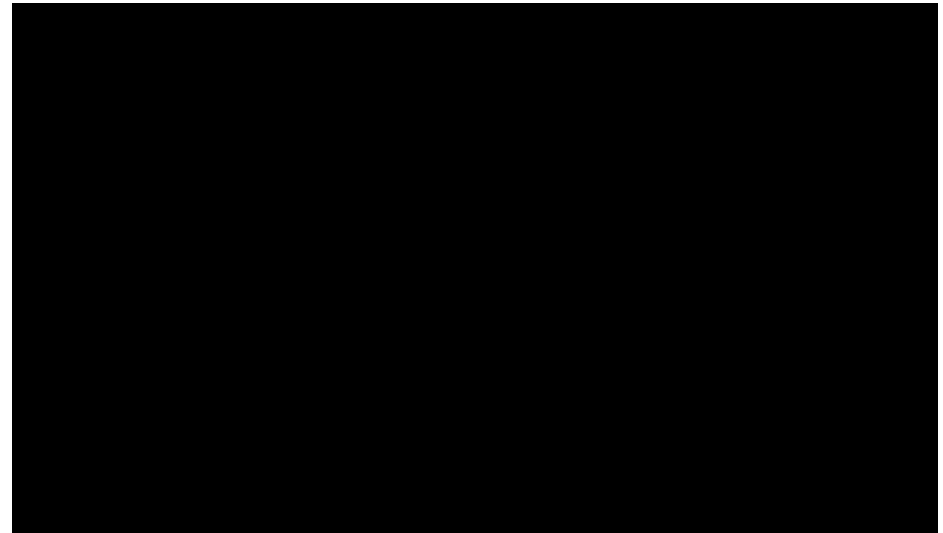


Es busquen  
marques més  
humanes,  
transparents  
que acceptin  
errors i que  
mostrin les  
persones que hi  
ha al darrera.



2013

## El Reconeixement: El relat corporatiu: com alinear-se amb la cultura de l'empresa

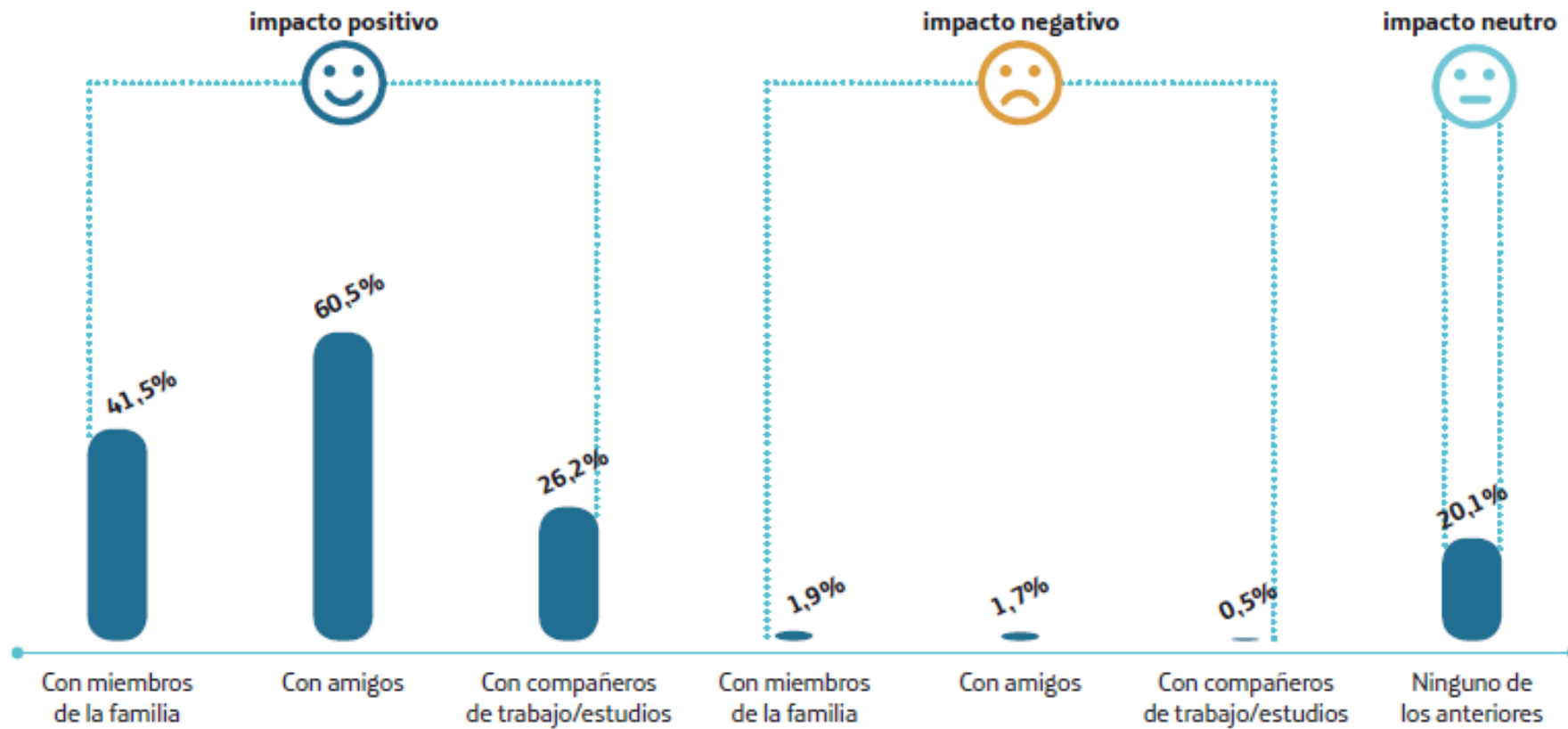


do you feel   
good?

## L'era 2.0 i les xarxes socials:



# L'era 2.0 i les xarxes socials:



Font: La sociedad de la información en España 2012"  
Fundación Telefónica

## L'era 2.0 i les xarxes socials: Xarxes socials internes & entorns col·laboratius

### Eines de microblogging corporatiu:

- Yammer
- SharePoint
- Flokio
- MyChatbox
- Blellow



## L'era 2.0 i les xarxes socials: Yammer

### Avantatges:

- Històric de missatges enviats i converses.
- Possibilitat de guardar missatges com a favorits
- Opció “m’agrada”.
- RSS: gestor de feeds.
- Possibilitat de crear comunitats externes, amb clients, proveïdors, col·laboradors externs.
- Pujar arxius i imatges o adjuntar a missatges.
- Possibilitat de fer preguntes i enquestes.
- Penjar enllaços.
- Convocar reunions, i control d'assistència i disponibilitat.

La versió bàsica és gratuïta però també hi ha una versió de pagament que amplia les funcionalitats.



## L'era 2.0 i les xarxes socials: Negociació col·lectiva 2.0

### **Bloc de TMB**

Per tal de fer participar a tota la plantilla del procés de negociació col·lectiva del conveni col·lectiu, es va posar en marxa el bloc de TMB, amb dos apartats:

- Un repositori d'informació (actes de les reunions, propostes, etc.).
- Una secció de preguntes i respostes on els treballadors, de forma anònima, podien fer preguntes relacionades amb la negociació i amb el seu lloc de treball, i també amb la repercussió de les mesures que s'hagin pogut negociar a títol individual (casos particulars) o col·lectiu.

### **Confidencialitat**

Per garantir la confidencialitat s'hi accedia a través d'un enllaç web extern, fet que, a més de donar transparència a tot el procés, facilitava la participació dels treballadors des del seu àmbit domèstic.

### **Funcionament**

El Departament de Comunicació Interna rebia totes les preguntes i les derivava, segons el tema, als directius responsables de cada àrea. Aquests feien la resposta i la feien arribar a Comunicació Interna, que publicava conjuntament la pregunta del treballadors amb la resposta de la direcció. El compromís de resposta era de 24 hores i a través del mateix bloc.

Coincidint amb els caps de setmana es produïen un major nombre de preguntes de manera que els dilluns era un dia crític, pel que fa a volum de feina.

## L'era 2.0 i les xarxes socials: Negociació col.lectiva 2.0

### **Normes d'ús**

Totes les preguntes, comentaris o aclariments eren acceptats sempre i quan no impliquessin ofenses o insults. Aquest filtre, però, només va haver d'aplicar-se en comptades ocasions (+/- 5) ja que totes les intervencions van ser molt respectuoses.

**El bloc va ser un element clau per traslladar a tota la plantilla les propostes de l'empresa; així, va permetre saltar el «filtre» i els interessos de les seccions sindicals, i va afavorir que la globalitat dels treballadors es mostressin a favor d'un acord i de la signatura de conveni.**

### **Important per tenir en compte**

Ser curós en mantenir el temps de resposta.

Filtrar només aquelles preguntes/comentaris que suposin una falta de respecte.

Utilitzar un llenguatge planer i de fàcil comprensió.

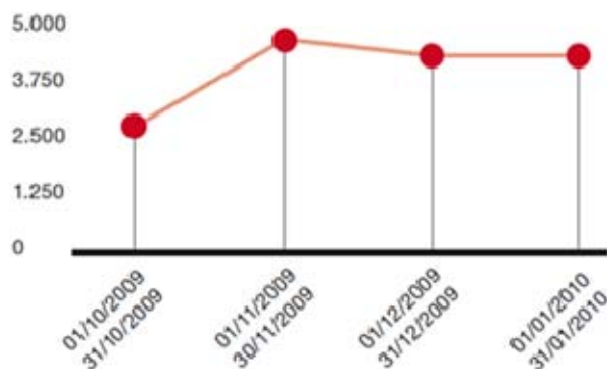
Cercar complicitat amb l'estructura de comandament (reunions periòdiques Gerent-CZ)

### **Seguiment extern**

En tractar-se d'un web extern, els mitjans podien seguir en temps real l'estat de les negociacions i conèixer la realitat maximalista de les reivindicacions dels representants dels treballadors. Això va ser clau perquè la ciutadania canviés la seva posició envers aquest tema.

## L'era 2.0 i les xarxes socials: Negociació col·lectiva 2.0

### Evolució de visites



**Total de visites: 15.837**  
(període del 31/14/2009 al 31/01/2010)

### Fonts d'entrada amb més aportació de trànsit:

Trànsit directe: 69,88%  
tmbnet (intranet): 10,28%  
tmbrespon.blogspot.com (enllaç): 6,67%  
tmb.cat (enllaç): 5,55%  
tmb.net (enllaç): 3,30%  
google (cerca orgànica)\*: 2,60%  
sindicatodirecto.com (enllaç): 0,81%  
plataformasindicalautobuses.com (enllaç): 0,39%  
facebook.com (enllaç): 0,38%  
blogger.com (via cerca directa a Blogger): 0,22%



## L'orgull de pertinença: Del treballador al prescriptor

Que els teus treballadors siguin ambaixadors de la teva marca és una estratègia interessant, però no pot forçar-se per un “decret intern de l'empresa». S'ha d'aconseguir que els nostres treballadors se sentin identificats amb l'empresa, amb la seva activitat, en definitiva, compromesos amb la marca.

### Exemples:

- Cas Apple: Apòstols vs treballadors
- Mercadona: Alineació total!!!!



## L'orgull de pertinença: Bones pràctiques

- Procés de reclutament inspirat en valors.
- Procés de participació: grups de millora, reunions amb la direcció,...
- La figura de l'ambaixador de marca.
- El pare/mare i treballadors:
  - Obrir-se a les famílies: jornades de portes obertes.
  - La visita a les escoles.
- Experiències exclusives.
- Avantatges competitiu: [www.clubgentmb.cat](http://www.clubgentmb.cat)

# La marca digital dels treballadors

## De la «broma» a la crisi, en un click!



[Cas Domino's Pizza](#)



[Cas Apple](#)



[Cas Mònica Terribas](#)

# La marca digital dels treballadors

## Recomanacions d'ús de les xarxes socials

02 | A la calle por difamar en internet

JUEVES 10 NOVIEMBRE DE 2011 **Qué!**

OFENDER A TRAVÉS DE TU PERFIL PÚBLICO ES MOTIVO DE DESPIDO

### Ojo a lo que escribes en la Red: eres trabajador de tu empresa las 24 horas

La falta de conocimiento sobre las redes sociales hace que muchos ciudadanos se metan 'en un lío' por sus publicaciones. Los políticos no son una excepción

**BARCELONA**

En España sigue habiendo un gran desconocimiento sobre las redes sociales. ¿Hasta dónde llega la privacidad? ¿Es seguro de mi empresa lo que digo en ellas? Estas "lagunas" provocan que cada día, conozcamos nuevos casos de despidos por ofensas, insultos o críticas a través de Facebook o Twitter. Los últimos ejemplos han sido dos políticos del PP. La ley tal y como explica Pablo Fernández, abogado socio de Abanque, es clara: "Cuando tu perfil es público, es decir, cuando cualquiera puede ver tu muro de Facebook o tu timeline de Twitter, la empresa a la que trabajas puede leerlo todo. Así que si estás en un perfil público, no puedes publicar nada que ofenda a tu empresa". No importa que tu perfil sólo te represente a ti, o que tu nombre no haga referencia a tu compañía. Como dice Fernández: "Eres trabajador de tu empresa las 24 horas del día".

#### UNA BROMA QUE COSTÓ UNA DIMISIÓN



#### "A NUESTROS POLÍTICOS LES FALTA CONCIENCIA EN LAS REDES SOCIALES"

Los expertos en comunicación 2.0 consultados por Qué! afirman con rotundidad que los políticos españoles "tienen un gran desconocimiento a la hora de manejar las redes sociales". Explican que "no tienen conciencia de la repercusión que tiene y que las comentarios que hacen pueden llegar a todo el mundo".

Te contamos más casos de... **Redes en que actúan los...**



#### Prudencia: las redes sociales son como un tablón de anuncios

El sentido común es la mejor herramienta para navegar por la Red. Las redes sociales son altísimos y lo que en ellos contemos puede llegar a todo el mundo. Prudencia e intimidad deben imperar en la decisión de publicar algo.

#### Lo que escribes en la Red queda para siempre

Es importante tener en cuenta que todo lo que escribamos en las redes sociales queda registrado para siempre. No importa que lo eliminemos, siempre se genera una copia remota que queda en caché. Además, en instituciones como la Biblioteca Nacional de EEUU también queda registrado cualquier publicación que hagamos en nuestras perfiles.

Si es privado, no se puede utilizar sus publicaciones. Si tu perfil en cualquier red social es público, es decir, es visible, es legal que se utilicen tus publicaciones. Si alguien lo hace, se puede acudir a la Agencia Española de Protección de Datos.

### twitter

#### Gallardón 'fulmina' a Fernando Aultrán por sus 'tuits'

Fernando Aultrán (@fernando\_aultran), alto cargo del PP en el Ayuntamiento de Madrid, fue cesado debido a sus incendiarios 'tuits'. Insultos, burlas, ofensas... una colección de incorrecciones por las que ya ha podido disculparse, pero que le han costado el cargo.

**@fernando\_aultran**  
(Sobre el presidente del PNV) "¡Una lástima de ese tal porque es jilipollas!"

**@fernando\_aultran**  
(Sobre la ministra Chacón) "¡Pija de colegio de paquey casi no sabe ni hablar!"

**@fernando\_aultran**  
(Sobre Trinidad Jiménez) "¡Ya sé que la tal es engorda, pero voy a culo to me la Sira. Tira!!!"

**@fernando\_aultran**  
(Sobre el Grupo Pírol) "¡Pírol va mal, muy mal. Mas ERE! ¡ajajajajajaj!"

#### Anuncia en Twitter todo lo que se va a comer... ¡y le despiden!

Justin Ray Gilmore, jugador de baloncesto estadounidense fichado por el Valencia el pasado año, fue despedido sin haber debutado con el club. La razón: no iba a entrenar mientras anunciaba, a través de sus 'tuits', todo lo que se iba a comer.

### facebook

Despedido por crear un perfil de su jefe. Un trabajador de Cartagena fue despedido por crear un perfil falso de su jefe en Facebook. El juez lo condenó por fraude porque se difamaba al directivo.

A la calle por revelar secretos. Un trabajador de Microsoft fue despedido la pasada semana tras informar a través de su perfil que se había probado el último Nokia... y calificarlo con un B2.

Conectarse también es motivo de despido. El Tribunal de Justicia de la Rioja anuló este verano el despido de una trabajadora por conectarse a Facebook durante la jornada laboral.

## Código de uso de las redes sociales

### para las empleadas y los empleados del Grupo Banco Sabadell

Bajo el lema de "Autenticidad, confidencialidad y valor" Banco Sabadell presenta en este documento el código de uso de las redes sociales para colaborar en el desarrollo de sus empleados en estos nuevos espacios.

Versión 1.0 de Enero de 2.011.  
Autor: Banco de Sabadell, SA

Esta obra está bajo una licencia Attribution-ShareAlike 3.0 Unported de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>.

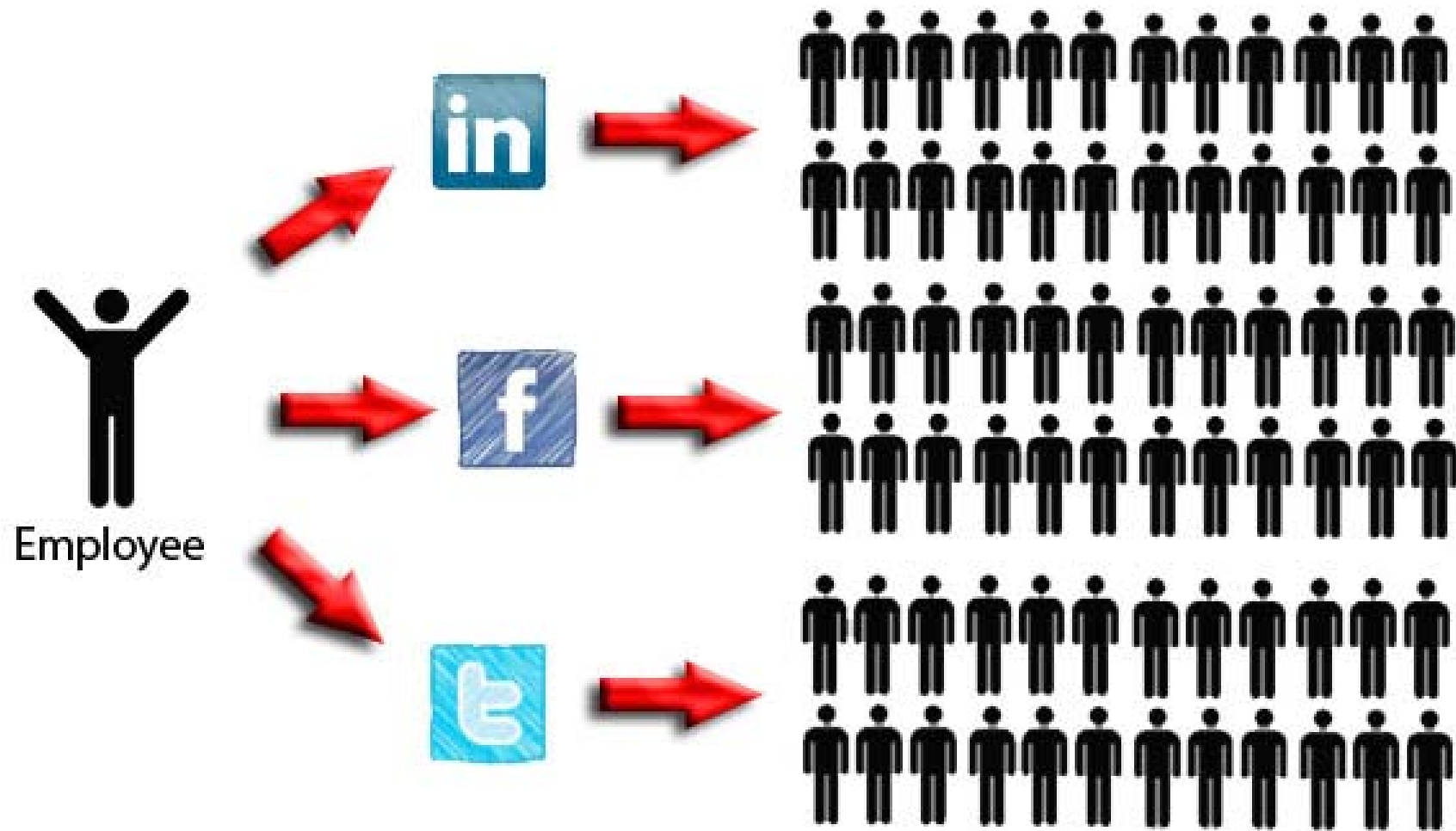
Guia d'usos i estil  
a les xarxes socials de la  
Generalitat de Catalunya

Segona edició:  
novembre 2010









**ICO MI  
INTERNA**

ASSOCIACIÓ COMUNICACIÓ INTERNA

# Objetivos de ComInterna

- Potenciar el **reconeixement** de la gestió estratègica de la Comunicació Interna com a punt essencial en les Organitzacions.
- Promoure el desenvolupament **d'investigacions** sobre l'estat i accions de Comunicació interna en organitzacions del nostre país.
- Promoure la realització d'activitats per a **l'intercanvi d'idees** i experiències entre professionals que desenvolupen tasques relacionades amb la comunicació interna, perquè d'aquesta manera, es puguin identificar i replicar les millors pràctiques.
- Realitzar **jornades i trobades** sobre Comunicació Interna a universitats, escoles i altres associacions, amb l'objecte d'eleva el coneixement sobre aquesta matèria en el món acadèmic i professional.
- Elaborar **articles d'interès** sobre els temes abordats en els punts anteriors, per a la seva publicació en mitjans de difusió especialitzats en la matèria.

## Professionals de...



# Canals

Blog i xarxes socials per compartir coneixement i donar visibilitat a articles i accions dels associats.



[www.cominterna.com](http://www.cominterna.com)



Asociación Comunicación Interna



@Internalcom



Asociación de la Comunicación Interna (grup tancat per socis)

# Gràcies!!!!

Albert Piqué  
Cap de Comunicació Interna a Transports Metropolitans de Barcelona  
President de ComInterna  
[apique@tmb.cat](mailto:apique@tmb.cat) / @apiqueros

